

*Il marketing  
dell'impresa alberghiera*

# *L'analisi della clientela*

## *I requisiti di un segmento*

- ✓ *Omogeneità interna*
- ✓ *Eterogeneità fra i segmenti considerati*
- ✓ *Misurabilità*
- ✓ *Stabilità*
- ✓ *Accessibilità*

*Marketing indifferenziato, concentrato, differenziato*

*La segmentazione può essere effettuata  
in base a diversi criteri, spesso congiunti:*

- *l'area geografica di provenienza*
- *lo scopo del viaggio (leisure e business)*
- *la disponibilità economica*
- *la situazione familiare (famiglie con figli, sposi)*
- *altre condizioni (disabili, terza età, donne, fedeltà)*

*attenzione alla compatibilità dei target*

## *La misurazione della customer satisfaction*

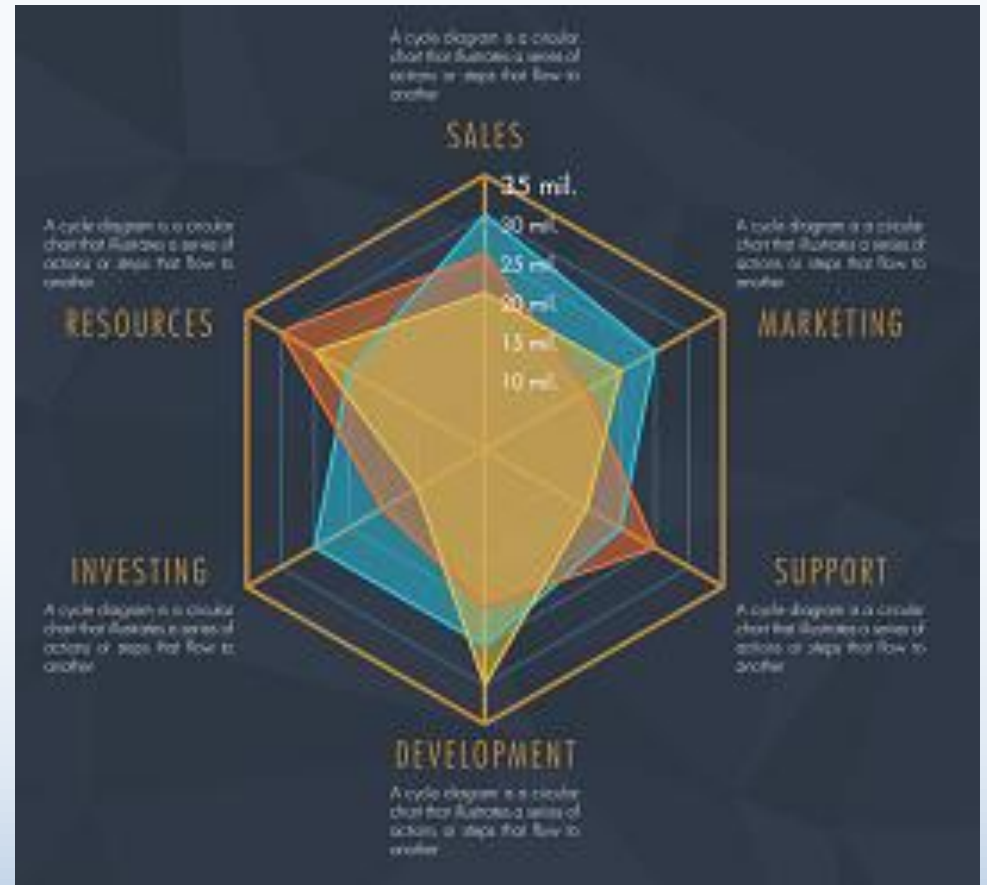
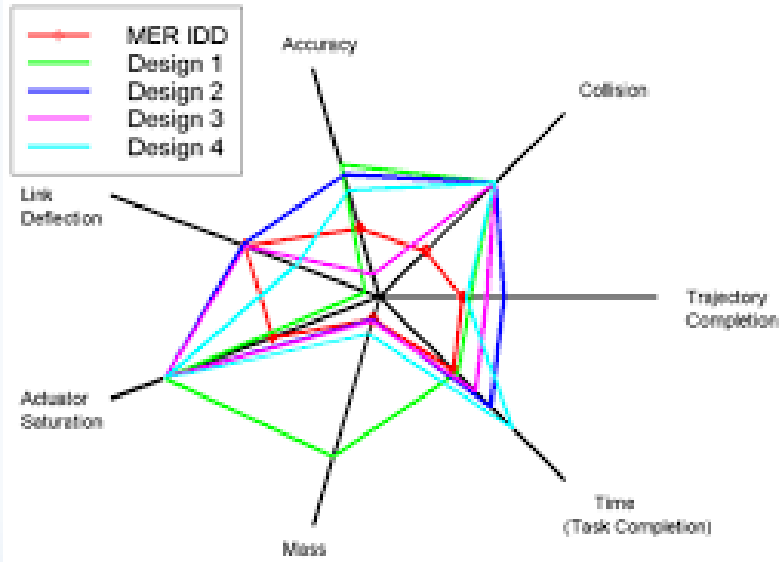
- ✓ *la rilevazione diretta attraverso il personale*
- ✓ *i questionari*
- ✓ *la gestione dei reclami (cogliere i “segnali” ed intervenire)*
- ✓ *l’analisi delle recensioni (brand reputation)*
- ✓ *l’andamento delle vendite*
- ✓ *il tasso di fedeltà*

# *L'analisi della concorrenza*

*Come valutare la capacità competitiva dell'impresa?*

- ✓ *Analisi di alcuni indici*
  - A. *Quota di mercato potenziale:*  
*cap. ric. albergo/cap. ric. totale area*
  - B. *Quota mercato effettiva:*  
*presenze albergo/ presenze area*
  - C. *Tasso di penetrazione del mercato: B/A*
- ✓ *Analisi dei punti di forza e di debolezza dei concorrenti*
- ✓ *Diamante dell'eccellenza*
- ✓ *Benchmarking*

Star Plot of MER IDD and Automated Designs



# *Raggruppamento competitivo*

*insieme di imprese che competono per acquisire  
le preferenze dei clienti*

Hotel 3 stelle in altre località termali

Anche tutte le altre strutture ricettive  
nella località

Anche hotel 2-4 stelle della località

Hotel 3 stelle  
di località termale